

PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH TERHADAP GENERASI Z

***Robby Aditya Putra, **Exsan Adde, ***Maulida Fitri**

***Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Bengkulu**

Jl. Dr. AK Gani No. 01, Curup, Dusun Curup, Kec. Curup Utara, Kabupaten Rejang
Lebong, Bengkulu 39119

****UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**

Jl. Laksda Adisucipto, Papringan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman,
Daerah Istimewa Yogyakarta 55281

*****Institut Agama Islam (IAI) Tulang Bawang**

Cahyou Randu, Kec. Pagar Dewa, Kab. Tulang Bawang Barat, Lampung 34682
robby@iaincurup.ac.id, exsanaddekpi@gmail.com, maulidafitri0404@gmail.com

Abstract

The digital era is an era where social media users can access everything quickly, this fast access is called virality, this factor forces preachers to use social media as a tool to deliver their own da'wah, the media is updated and accessible and effective compared to other media. other propaganda. The Tiktok application, or better known as Douysin, literally originates from China, and was launched in September 2016 by Zhang Yiming. The Tiktok application is a short video platform created with a duration of up to 10 minutes that contains social content and is supported by music. By maximizing the means of communication for preaching, more people will spread the message of da'wah more quickly. In addition, da'wah messages sent are received more quickly. Apart from that many people prefer high-tech devices such as smartphones, which makes da'wah with the media more attractive. It can be said that Tiktok is an effective propaganda tool if it is used correctly according to Islamic law. Overall, Tik Tok's da'wah is millennial preaching that is capable of creating innovative da'wah that is able to attract the attention of followers to share on social media.

Keywords: Da'wah, Tiktok, Generation Z

A. Pendahuluan

Dewasa ini, aktivitas dakwah di ruang publik berkembang pesat. Hal ini ditunjukkan dengan munculnya berbagai bentuk dakwah. Faktor lain yang memicu keragaman bentuk dakwah adalah media dakwah. Tidak dapat dipungkiri bahwa media dakwah juga berperan penting dalam menyebarkan dan mengajarkan Islam. Media dakwah merupakan alat yang digunakan oleh daiyah sebagai media untuk menerapkan konsep-konsep dakwah baik secara moral maupun materil. Keberhasilan dakwah juga bisa dipicu oleh menarik atau tidaknya sarana dakwah. Maka tak heran jika para pendakwah dan pemuka agama terus memperbaharui dan mendiversifikasi alat dakwahnya agar pesan-pesannya tepat sasaran dan diterima dengan baik.

Era digital merupakan zaman dimana pengguna media sosial dapat mengakses semuanya dengan cepat, akses cepat ini disebut dengan Viral, faktor ini membuat para da'i mencoba menggunakan media sosial sebagai alat untuk menyampaikan dakwahnya sendiri, media tersebut lebih *up-to-date* dan dapat diakses serta efektif dibandingkan media dakwah lainnya. Mereka dengan cepat menjadi populer di kalangan masyarakat, misalnya: gus miftah, gus Baha, Husain Basyaiban dan lain-lain. Mereka memiliki saluran media sosial dengan ribuan atau bahkan jutaan pengikut. Penggunaan platform media sosial seperti; Tiktok, Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube sebenarnya berdampak besar pada reputasi media sosial seorang da'i.¹

¹ Adi Wibowo, Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital, *Jurnal Islam Nusantara*, Vol. 03 No. 02, Juli - Desember 2019.

Namun, ada kategori tertentu di media sosial; usia, jenis kelamin, profesi, agama dan latar belakang orang tersebut. Ruang komunikasi antara da'i dan pengikutnya (*Followers*) dengan cara ini memungkinkan terjadinya transmisi pesan singkat yang terkandung dalam komentar yang selalu menunjukkan kehadirannya, karena pengaruh dakwah di jejaring sosial begitu besar sehingga memicu beberapa faktor positif dan negatif, salah satu faktor positif dari penggunaan media sosial adalah akan lebih mudahnya pengikut untuk mengakses informasi terbaru tentang dakwah di mana saja dan kapan saja, sedangkan faktor negatifnya adalah media dakwah ini sering digunakan untuk sebaran. permusuhan, kekerasan dan pesan negatif lainnya.

Para pendakwah di media sosial yang dilakukan dengan berbagai cara, para pendakwah ini tidak hanya berdakwah melalui bil-kitabah atau bil-kalam akan tetapi juga menggunakan audiovisual gambar, suara, ceramah hal demikian tergantung dengan trend pada masa kini. Dengan adanya konsep yang menarik yang diberikan kepada mad'u sehingga membuat jumlah pengikut di platform media sosial semakin bertambah dan dapat dijangkau ke seluruh penjuru baik dari kalangan anak-anak, remaja sampai kalangan dewasa dan orang tua.

Dari sekian banyak media sosial yang digunakan untuk berdakwah salah satunya yaitu Tiktok. Tiktok merupakan salah satu media sosial yang disebut juga dengan media sharing, Media sosial memfasilitasi pengguna berbagai media seperti dokumen, video, audio, dan gambar. Tiktok juga sudah dilengkapi dengan fitur-fitur pendukung yang terdapat di dalamnya seperti video, foto dan caption atau tulisan sebagai alat informasi yang bertujuan untuk

memudahkan para da'i menyampaikan pesan dakwahnya melalui Tiktok.² Oleh karena itu, Tiktok yang menjadi trend global saat ini diharapkan dapat menjadi representasi media dakwah.

B. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan pendekatan *library research*, yang mana tiktok dan generasi Z sebagai objek utama penelitian. Artikel ini menggunakan unsur-unsur dakwah sebagai alat untuk membedah pemnafaatan tiktok sebagai media bagi generasi Z. Kemudian sumber primer dari penelitian ini adalah literatur ilmiah dan tiktok yang selanjutnya di narasikan sesuai dengan konteks realitas kekinian.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Dakwah

Kata dakwah adalah derivasi dari bahasa Arab dalam bentuk masdar dari kata kerja *da'a yad'u da'watan* yang mempunyai arti ajakan, seruan, panggilan, undangan, atau mengajak, memanggil atau menyeru.³ Sedangkan berdasarkan Al-Quran, dakwah diartikan sebagai seruan atau ajakan kepada keinsyafan, atau usaha mengubah sesuatu yang belum baik menjadi baik dan menuju tingkat sempurna.⁴ Di dalam kamus al-Munjid Fi al-Lughoh wa al-a'lam disebutkan makna dakwah sebagai orang yang memanggil

(mengajak) manusia kepada agamanya atau mazhabnya.⁵ Dalam Al-Quran surah An-Nahl ayat 125 dapat kita jumpai pengertian dakwah sebagai berikut;

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ
الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ
هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ
بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.⁶

Dalam Al-Quran kata dakwah ditemukan tidak kurang dari 198 kali dengan makna yang berbeda-beda setidaknya ada 9 macam yaitu:

- Menyampaikan dan menjelaskan
- Berdo'a dan berharap
- Mengajak dan mengundang
- Mendakwah/ menuduh
- Mengadu
- Meminta
- Malaikat Israfil
- Gelar
- Anak angkat

Dari berbagai pengertian di atas tidak lepas dari unsur-unsur tindakan pemicuan. Mengundang adalah memanggil seseorang untuk mengikuti kita, berdoa memanggil Tuhan untuk mendengar dan memenuhi permintaan kita,

² Yoga Satya Bimantara, Analisis Isi Pesan Dakwah Melalui Media Tiktok Pada Akun @Sinarkehidupan_16, Skripsi: Universitas Islam Negeri Fatmawatisukarno Bengkulu, 2022

³ Nelson Dan Hariya Toni, "Ilmu Dakwah", (Lp2 Stain Curup, 2013). Hlm.2

⁴ Robby Aditya Putra, *Dampak Film Para Pencari Tuhan Jilid X Terhadap Religiusitas Remaja*, Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, Vol.3, No 1, 2018, Hlm. 1-24

⁵ *Ibid.*, Hlm. 3

⁶ Departemen Agama Republik Indonesia, *Op.Cit.*, Hlm. 281

berdakwah/ menuduh memanggil orang yang berpendapat buruk, menagad memanggil untuk mengeluh, meminta hampir sama dengan doa, hanya pokoknya saja lebih. Secara umum bukan hanya Tuhan, ajakan adalah memanggil seseorang untuk menghadiri suatu acara, Malaikat Israfil adalah yang memanggil orang untuk berkumpul di ladang masyhar dengan suara terompet, gelar adalah panggilan atau gelar untuk seseorang, anak angkat. Apakah orang-orang disebut anak-anak kita meskipun mereka bukan berasal dari keturunan kita. Kata memanggil dalam bahasa Indonesia modern Kamuss mencakup beberapa arti yang diberikan oleh Al-Quran, yaitu mengundang, meminta, memanggil, mengundang, mengingat dan menamai. Jadi jika makna dakwah digeneralisasikan adalah menyerukan.⁷

Para ulama dan pemikir muslim memberi makna dakwah secara terminologis dengan definisi yang variatif seperti:⁸

- a. Ibnu Taimiyah: "Dakwah ke jalan Allah merupakan dakwah untuk beriman kepada Allah dan kepada apa yang dibawa nabi Muhammad SAW, yang mencakup keyakinan kepada rukun iman dan rukun Islam"
- b. Abu Bakar Dzikri: "Dakwah ialah bangkitnya para ulama Islam untuk mengajarkan Islam kepada umat Islam, agar mereka faham tentang agamanya dan tentang kehidupan sesuai kemampuan setiap ulama."
- c. Zulkifli Musthan: "Segala sesuatu dan kegiatan yang

disengaja dan berencana dalam wujud sikap, ucapan dan perbuatan yang mengandung ajakan dan seruan, baik langsung atau tidak langsung ditujukan kepada orang perorangan, masyarakat atau golongan supaya tergugah jiwanya, terpanggil hatinya kepada ajaran Islam untuk selanjutnya mempelajari dan menghayati serta mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Dari pengertian dakwah di atas maka dapat disimpulkan dari para ahli tersebut bahwa dakwah pada hakikatnya adalah sesuatu kegiatan usaha atau aktivitas yang mengandung ajakan, seruan, dorongan dan panggilan kepada seluruh umat manusia untuk berbuat baik dan mengikuti petunjuk dari Allah dan Rasul-Nya, berbuat amar ma'ruf nahi munkar untuk mendapatkan kebahagiaan dan keselamatan dunia dan akhirat.

2. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah merupakan komponen-komponen yang terdapat dalam kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah *da'i* (pelaku dakwah), *mad'u* (sasaran dakwah), *maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media dakwah), *thariqoh* (metode) dan *atsar* (efek dakwah).⁹

a. Da'i (Pelaku dakwah)

Da'i merupakan orang yang melaksanakan dakwah baik secara lisan, perbuatan maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu atau kelompok lewat sebuah organisasi. Secara

⁷ *Ibid.*, Hlm. 4

⁸ *Ibid.*, Hlm. 4

⁹ Nelson, " *Manajemen Dakwah*", (Lp2 Stain Curup, 2010), Hlm. 27

umum da'i sering disebut mubaligh (orang yang menyampaikan dakwah ajaran Islam).¹⁰

Dai merupakan orang yang bertugas untuk mengajak, mendorong orang lain untuk mengikuti, dan mengamalkan ajaran Islam. Seorang dai juga terlibat dalam aktivitas dakwah atau aktivitas menyiarkan, menyeru, dan mengajak orang lain untuk beriman, berdoa, atau untuk berkehidupan Islam.

b. Mad'u (Penerima dakwah)

Mad'u yaitu orang yang menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah baik secara individu maupun kelompok, baik manusia yang beragama maupun tidak beragama dan kepada orang yang belum beragama Islam. Muhammad Abduh membagi mad'u menjadi tiga golongan, yaitu:

- 1) Golongan cerdik cendekiawan yang cinta kebenaran, dapat berpikir secara kritis dan cepat menangka persoalan.
- 2) Golongan awam, yaitu orang kebanyakan yang belum dapat berpikir secara kritis dan mendalam serta belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi.
- 3) Golongan yang beerbeda dengan kedua golongan tersebut, mereka senag membahas sesuatu tetapi hanya dalam batas tertentu saja dan tidak mampu membahasnya secara mendalam.

Mad'u adalah manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau orang penerima dakwah, baik individu atau kelompok, baik orang yang beragama Islam maupun tidak yaitu secara keseluruhan.

c. Maddah (Materi dakwah)

Materi dakwah merupakan sebuah pesan atau materi yang dismpaikan kepada mad'u, ada empat materi dakwah yang menjadi masalah pokok, yaitu:

1) Aqidah

Semua aspek keimanan mempengaruhi moralitas manusia (moralitas). Karena itu, materi yang digunakan untuk adalah soal iman. Aqidah (Aqidah) merupakan bahan pokok dakwah dan memiliki ciri-ciri yang membedakannya dengan agama.¹¹

- a) Keterbukaan melalui kesaksian (syahadat), dengan demikian orang Islam harus jelas identitasnya dan bersedia mengakui identitas keagamaan orang lain.
- b) Cakrawala pandangan yang luas dengan memperkenalkan bahwa Allah adalah Tuhan seluruh semesta alam, bukan Tuhan kelompok atau bangsa.
- c) Ketahanan antara iman dan Islam atau antara iman dan perbuatan yang diimplementasikan dalam ibadah.

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ *Ibid.*, Hlm. 29

2) Syari'ah

Materi ajaran syari'at sangat luas dan mengikat seluruh umat Islam. Syariah merupakan jantung yang tidak terpisahkan dari kehidupan umat Islam. Disamping mengandung dan mencakup kemaslahatan sosial dan moral, materi dakwah dalam bidang syari'ah dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang benar, jernih, cermat terhadap *hujjah* atau dalil-dalil dalam persoalan. Materi dakwah yang menyajikan unsur syariat harus dapat menggambarkan atau memberi informasi yang jelas dibidang hukum dalam bentuk status hukum yang bersifat wajib, mubah, makruh, dan haram, hukum atau syari'ah sering disebut sebagai cermin peradapan manusia.¹²

3) Mu'amalah

Islam merupakan agama yang menekankan urusan *mu'amalah* lebih besar porsinya daripada ibadah. Islam lebih banyak memperhatikan aspek kehidupan sosial dari aspek kehidupan ritual. Islam adalah agama yang menjadikan bumi ini adalah masjid tempat mengabdikan kepada Allah. Ibadah dalam *mu'amalah* diartikan sebagai ibadah mencakup hubungan dengan Allah.¹³

4) Akhlak

Secara etimologis kata akhlak berasal dari bahasa arab, jamak dari "*khulukun*" yang berarti budi pekerti, perangai dan tingkah laku atau tabiat. Sedangkan secara terminologi, pembahasan akhlak berkaitan

dengan masalah tabiat atau kondisi temperatur perilaku manusia. ilmu akhlak bagi Al-Farabi pembahasan tentang yang dapat menyampaikan manusia kepada tujuan hidup yang tinggi, yaitu kebahagiaan, dan tentang berbagai kejahatan atau kekurangan yang dapat merintangai usaha pencapaian tujuan tersebut.

Materi dakwah isi pesan yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u. Pada hakikatnya pesan dakwah yang disampaikan yaitu memuat ajaran Islam yang secara umum yaitu pesan aqidah, akhlak dan syari'ah.

d. Wasilah (Media dakwah)

Media dakwah merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan materi penuntutan. Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, Dakwah bisa menggunakan berbagai media. Hamzah Yaqub membagi media dakwah menjadi lima macam yaitu:¹⁴

- 1) Bahasa lisan adalah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dan dakwah dengan media ini dapat berupa ceramah, ceramah, dan bimbingan konsultasi.
- 2) Tulisan merupakan media dakwah melalui tulisan, buku, majalah, surat kabar, spanduk dan lain sebagainya
- 3) Lukisan merupakan media dakwah melalui lukisan gambar, dan sebagainya
- 4) Audiovisual merupakan media populer yang dapat merangsang

¹² *Ibid.*, Hlm. 30

¹³ *Ibid.*, Hlm. 30

¹⁴ *Ibid.*, Hlm. 33

pendengaran, penglihatan, atau keduanya, seperti Televisi, film, dan Internet.

- 5) Akhlak yaitu media dakwah melalui perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang secara langsung dapat dilihat dan didengarkan oleh mad'u.

Media dakwah merupakan peralatan yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah dari da'i atau orang yang menyampaikan dakwah kepada mad'u yaitu orang yang menerima dakwah.

3. Thariqah (Metode Dakwah)

Metode dakwah merupakan jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran dakwah. Dalam menyampaikan pesan dakwah, metode sangat penting perannya, karena suatu pesan walaupun baik, tetapi disampaikan leat metode yang tidak benar, maka pesan itu bisa ditolak oleh penerima pesan. Metode dapat dilihat dalam Al-Quran pada surat An-Nahl ayat 125, dalam ayat tersebut adda tiga metode dakwah yaitu:¹⁵

- a. *Bi al-Hikmah*, Artinya berbicara tentang situasi dan kondisi tujuan dakwah, dan menekankan kemampuan dakwah, sehingga tidak ada paksaan dan pertentangan dalam berdakwah.
- b. *Mau'zatul hasanah*, Yaitu dengan memberikan saran dakwah atau menyampaikan ajaran Islam dengan kasih sayang, agar ajaran dan ajaran Islam yang disampaikan dapat menyentuh hati para hadirin.
- c. *Mujadalah billati hiya ahsan*, Artinya, berdakwah dengan

bertukar pikiran dan berdebat dengan cara yang terbaik dengan tidak memberikan tekanan yang berat pada masyarakat yang menjadi sasaran dakwah.

Metode dakwah merupakan cara, strategis, teknik, atau pola dalam melaksanakan dakwah, menghilangkan rintangan atau kendala-kendala dakwah agar dapat mencapai tujuan dakwah secara efektif dan efisien.

4. Media Sosial Tiktok

Media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, dan video informasi baik dengan orang lain maupun perusahaan dan vice versa". Karakteristik umum yang dimiliki setiap media sosial yaitu adanya keterbukaan dialog antar para pengguna.

Sosial media dapat dirubah oleh waktu dan diatur ulang oleh penciptanya, atau dalam beberapa situs tertentu, dapat diubah oleh suatu komunitas. Selain itu sosial media juga menyediakan dan membentuk cara baru dalam berkomunikasi.

Seperti diketahui, sebelum muncul dan populernya media sosial, kebanyakan orang berkomunikasi dengan cara SMS atau telpon lewat handphone. Namun sekarang dengan adanya media sosial, orang cenderung berkomunikasi lewat layanan obrolan (chat) atau berkirim pesan lewat layanan yang tersedia di media sosial.¹⁶

¹⁵ *Ibid.*, Hlm. 34

¹⁶ Maria Magdalena Bate'e, Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli, Jurnal

Aplikasi Tiktok atau yang lebih dikenal dengan Douysin, secara harfiah berasal dari Cina, dan diluncurkan pada bulan September 2016 oleh Zhang Yiming. Aplikasi Tiktok adalah platform video pendek yang dibuat dengan durasi sampai 10 menit yang berisi sosial dan didukung musik.

Aplikasi Tiktok digunakan untuk merekam, mengedit dan mengunggah ke beberapa media sosial sehingga dapat dilihat oleh teman-teman baik sesama pengguna aplikasi Tiktok maupun yang bukan pengguna aplikasi Tiktok.

Tiktok yang membedakannya dengan media sosial lain adalah aplikasi Tiktok memiliki berbagai macam fitur yang bisa dinikmati penggunaannya seperti adanya fitur special effects yang terdiri dari effects shaking dan shivering yang berfungsi untuk menciptakan sebuah video yang menarik selain itu dilengkapi dengan fitur *music backround* dari berbagai artis terkenal dari berbagai penjuru dunia, dan fitur wajah penggunaannya dapat membuat video dengan berbagai rupa tampilan wajah unik mulai dari wajah lucu, seram, sedih, marah dan lain-lain.

5. Generasi Z

Dalam perkembangan komunikasi dimana teknologi telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan di dunia modern, kita mengenal beberapa generasi yang dikenal dengan teori generasi. Pembagian ini terkait dengan beberapa asumsi tentang periode atau zaman yang

juga terkait dengan pengalaman sejarah yang sama.

Definisi generasi secara teoritikal memang terkait dengan sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur, lokasi, pengalaman sejarah maupun kejadian dalam diri individu tersebut. Oblinger mencoba mengelompokkan generasi kedalam 5 kategori utama, yakni¹⁷:

- a. Matures, yakni generasi yang memiliki angka kelahiran kurang dari tahun 1946.
- b. Baby Boomers, yakni generasi yang lahir ditahun 1947-1964.
- c. Generation Xers atau generasi X, yakni generasi yang lahir ditahun 1965-1980.
- d. Gen-Y atau NetGen, yakni generasi yang memiliki angka kelahiran direntang tahun 1981-1995.
- e. Post Millenials, yang merupakan generasi dengan angka kelahiran direntang tahun 1995 hingga sekarang

Selain pembedaan tentang tahun kelahiran juga terdapat perbedaan karakter antara Generasi Z dengan generasi-generasi sebelumnya. Bencsik mencoba menjelaskan perbedaan Generasi Z dengan generasi-generasi lainnya. Dari segi sudut pandang dalam melihat segala sesuatu, Generasi Z cenderung tidak memiliki rasa komitmen, bahagia dengan apa yang ia miliki saat ini dan hidup untuk saat ini. Berbeda dengan Generasi Baby Boomer yang cenderung berpikir secara terpadu dan komunal, Generasi X yang

Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 2 No 2, Juni 2019.

¹⁷ Lintang Citra Christiani Dan Prinisia Nurul Iksari, Generasi Z Dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi Dalam Perspektif Budaya Jawa, Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media, Vol 4, No 2, 2020.

cenderung memiliki cara pandang berpusat pada diri sendiridan untuk kepentingan jangka menengah, sedangkan Generasi Y atau milenial cenderung lebih egoistic dan untuk kepentingan jangka pendek.¹⁸

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Lembaga Riset The Harris Poll di New York pada Generasi Z dan Generasi Y sebanyak 2587 responden representatif memperlihatkan penggunaan online rata-rata dalam seminggu yang dilakukan oleh Generasi Z dan Generasi Y. Umumnya mereka mengunjungi situs web yang berbagi video, menonton video online dan bermain game online. Generasi Z cenderung lebih memilih Youtube atau aplikasi lain untuk belajar sementara Generasi Y lebih suka buku yang dicetak untuk belajar. Meskipun demikian baik Generasi Z dan Generasi Y sama-sama menganggap guru atau dosen adalah bagian penting dalam pembelajaran dan pengembangan diri, serta menyukai aktivitas berinteraksi langsung dengan teman-teman sekelas sebagai pengalaman pembelajaran.

Ketika menemukan masalah berkaitan pembelajaran, maka baik Generasi Z maupun Generasi Y lebih memilih mencari tahu sendiri melalui internet, buku atau teman daripada bertanya dengan guru.¹⁹

Generasi Z akrab dengan penggunaan internet dalam kehidupan sehari-hari. Menurut

Khan & Bansal dan Helaludin menjabarkan bahwa generasi Z sebagai generasi yang bertumbuh di zaman internet dan jaringan di seluruh dunia. Generasi ini Z dicirikan dengan fenomena 5,1 milyar pencari informasi di google per hari, 4 milyar penonton youtube, lebih 1 milyar pengguna akun facebook di seluruh dunia, dan lebih 1 milyar pengguna aplikasi musik iTunes. Selanjutnya dalam survei Nielsen, Hellen Katherina sebagai Executive Director, Head of Watch Business, Nielsen Indonesia, Katherina memberikan suatu keterangan bahwa anak-anak generasi Z ini memiliki kemampuan dan kesempatan yang baik dalam mengakses dan menggunakan internet di usia muda mereka.²⁰

6. Peran Media Dakwah Tiktok Pada Generasi Z

Media berperan dalam menyampaikan pesan setidaknya dalam empat cara: efektivitas, efisiensi, kekhususan, dan motivasi. Media memfasilitasi transmisi informasi dan mempercepat kedatangan informasi. Penggunaan media dalam Islam dimaksudkan untuk memudahkan transmisi pesan-pesan keagamaan. Hal ini memungkinkan kita untuk mencapai lebih banyak melalui media komunikasi modern daripada melalui komunikasi non-media (teknologi). Media, di sisi lain, berperan dalam memfasilitasi pemahaman masyarakat tentang ajaran Islam, dan mudah untuk mengubah perilaku orang percaya.

¹⁸ Lasti Yossi Hastini1, Rahmi Fahmi2, Hendra Lukito3, Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi Dapatmeningkatkan Literasi Manusia Pada Generasi Zdi Indonesia, Jurnal Jamika Manajemen Informatika, Volume 10 Nomor 1 Edisi April, 2020.

¹⁹ Ibid.,

²⁰ Andrias Pujiono, Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z, Journal Of Christian Education, Vol. 2, No. 1, 2021.

Dengan memaksimalkan media komunikasi dalam berdakwah, pesan dakwah akan lebih cepat tersampaikan oleh lebih banyak orang. Selain itu, pesan dakwah yang dikirim diterima lebih cepat. Tidak hanya itu saja, banyak orang yang cenderung lebih menyukai gadget berteknologi tinggi seperti smartphone, yang membuat dakwah dengan media terkesan lebih menarik, apalagi jika dilihat dari teori pengaruh media bahwa media dapat mempengaruhi individu secara langsung maupun tidak langsung, mengoptimalkan penggunaannya aktivitas dakwa dimaksimalkan.

7. Metode Dakwah Generasi Z

Dakwah adalah proses penyampaian informasi tentang ajaran Islam dengan tujuan mengubah sikap dan perilaku seseorang secara positif. Aspek perubahan menuju kemajuan atau kepositifan merupakan ciri mendasar yang harus menjadi acuan dalam kajian dakwah. Materi kegiatan dakwah dilakukan dengan berbagai metode, strategi dan media. Dengan kemajuan dan kecanggihan alat dan media komunikasi yang ada, konten mahar milenial diharapkan dapat memasukkan banyak elemen virtual.

Generasi Z yang melek teknologi yang menggunakan laptop, iPad, smartphone, TV, dalam kesehariannya, menjadikan media sosial sebagai bagian yang sangat penting dari koneksi sosial. Mereka menghabiskan lebih banyak waktu per hari dengan perangkat digital dan berbagai aplikasi dibandingkan dengan teman atau anggota keluarga. Digunakan oleh beberapa komunitas atau kelompok

agama untuk menyebarkan dakwah di media sosial seperti Tiktok, whatsapp, telegram, instagram dll.

Dakwah memang lebih menarik jika dilakukan melalui media sosial, namun juga berpedoman pada konsep Islam Rahmatan Lil Alamin. Selain media sosial, pertumbuhan hiburan dengan unsur religi, seperti sinetron Islami, film Islami, musik Islami, dan novel Islami, telah menyebabkan pertumbuhan transmisi pesan dakwah yang cepat dan dinamis. Misalnya, kemunculan grup musik Bimbo dan kini grup musik Sabyan pada 1980-an, maraknya Ayat-Ayat Cinta, Wanita Bersorban, Pencarian Terlambat, 99 Cahaya di Langit Eropa. Apalagi ada beberapa kyai atau dai yang sangat melek teknologi, seperti K.H. Ahmad Mustofa Bisri adalah salah satu orang yang paling dicintai saat ini. Karena konten yang dibagikan selalu dikemas dengan ringan.

Kemajuan teknologi diharapkan tidak mengarah pada perpecahan dan ketimpangan sosial, karena telah banyak terjadi penindasan di bidang politik, ekonomi, sosial dan agama. Teknologi informasi juga mendorong kelompok garis keras untuk memperluas jaringannya guna memobilisasi individu untuk melakukan kejahatan baik secara online maupun offline. Misalnya, mereduksi kata-kata dari film yang lagi viral.

Dengan penyampaian dakwah yang mudah dipahami dan dengan visualisasi yang keren bisa menarik banyak anak-anak generasi z untuk melihat atau membacanya. Jika visualisasi yang digunakan tidak menarik, maka mereka cenderung mengabaikan hal tersebut karena dianggap membosankan. Dari pengalaman pribadi penulis sendiri,

anak-anak generasi z cenderung menyukai konten dakwah yang membahas tentang akhlak dan syariah yang dimuat dalam sebuah video yang memiliki variasi visual. Sedangkan, dakwah yang dimuat dalam konteks tulisan cenderung tidak terlalu diperhatikan karena dianggap membosankan dan terlalu bertele-tele, konteks dakwah dalam tulisan biasanya banyak digemari oleh generasi milenial bukan generasi z.²¹

8. Tantangan Dakwah Generasi Z

Dakwah di era generasi Z dihadapkan dengan pesatnya perkembangan teknologi. Dakwah harus beradaptasi dengan pesatnya perkembangan yang ada. Ada juga kebutuhan untuk akses cepat ke konten menarik dalam bentuk digital. Apalagi dakwah digital untuk generasi Z yang biasanya bergantung pada internet, media saat ini biasanya digunakan dalam aktivitas sehari-hari. Oleh karena itu, kajian Era generasi Z sangat penting untuk menemukan pendekatan dakwah apa yang dapat digunakan untuk keberhasilan dalam berdakwah.

Inilah tantangan sekaligus peluang dakwah yang harus dieksekusi. Untuk itu ada dua hal yang dapat dilakukan. Pertama, terkait dengan penggunaan media dakwah. Pada era digital saat ini, gadget dan media sosial tidak lepas dari generasi milenial. Maka, gadget dan media sosial harus dijadikan wasilah dakwah. Pesan dakwah harus dikemas melalui konten-konten yang akrab dengan generasi kekinian. Penggunaan portal dakwah dengan konten tidak

selalu berupa tulisan, namun juga dapat dikemas dalam bentuk vlog, soundcloud, infografis, dan juga meme, dimuat di Tik Tok agar dakwah makin meluas. Dakwah juga dapat dilakukan secara online dengan memanfaatkan Tik Tok sebelum akhirnya bisa fenomenal secara offline. Kedua, pengemasan pesan-pesan dakwah harus menarik. Sebab, sebaik apapun materi dakwah tanpa didukung dengan kemasan yang menarik terkadang mudah ditinggalkan orang. Dengan dua pendekatan tersebut tantangan dakwah pada generasi milenial dapat dilalui dan diselesaikan dengan baik.

Sayangnya popularitas TikTok tidak hanya membawa dampak positif saja tetapi membawa dampak negatif juga, yang disebabkan oleh kurangnya konsep diri dari individu itu sendiri, misalnya dalam penggunaan baju yang sexy dan joget dengan goyangan yang erotis dan tidak pantas untuk dilakukan, ironisnya banyak penggunanya khususnya remaja yang mencoba untuk mengikuti hal tersebut, ini dilakukan untuk menjadi pusat perhatian kemudian menjadi viral.²²

D. Simpulan

Dari uraian yang telah di jelaskan di atas, dapat disimpulkan dakwah adalah proses penyampaian informasi tentang ajaran Islam dengan tujuan mengubah sikap dan perilaku seseorang secara positif. Aspek perubahan menuju kemajuan atau

²¹ Diah Ajeng. 2020: "Memahami Generasi Z Melalui Etnografi Virtual". Researchgate. 12 Juli 2020

²² Aderosdiana Dan Nurnazmi, Dampak Aplikasi Tiktok Dalam Proses Sosial Di Kalangan Remaja Kelurahan Rabadompu Timurkecamatan Raba Kota Bima, Jurnal Pendidikan Sosiologi, Volume 4 Nomor 1 Juni 2021

kepositifan merupakan ciri mendasar yang harus menjadi acuan dalam kajian dakwah. Materi Kegiatan dakwah dilakukan dengan berbagai metode, strategi dan media. Dengan kemajuan dan kecanggihan alat dan media komunikasi yang ada, konten mahar milenial diharapkan dapat memasukkan banyak elemen virtual. Aplikasi Tiktok digunakan untuk merekam, mengedit dan mengunggah ke beberapa media sosial sehingga dapat dilihat oleh teman-teman baik sesama pengguna aplikasi Tiktok maupun yang bukan pengguna aplikasi Tiktok, yang membedakannya dengan media sosial lain adalah aplikasi Tiktok memiliki berbagai macam fitur yang bisa

dinikmati penggunaannya seperti adanya fitur special effects yang terdiri dari effects shaking dan shivering yang berfungsi untuk menciptakan sebuah video yang menarik selain itu dienkapi dengan fitur music background dari berbagai artis terkenal dari berbagai penjuru dunia. Dengan penyampaian dakwah yang mudah dipahami dan dengan visualisasi yang keren bisa menarik banyak anak-anak generasi z untuk melihat atau membacanya. Jika visualisasi yang digunakan tidak menarik, maka mereka cenderung mengabaikan hal tersebut karena dianggap membosankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aderosdiana Dan Nurnazmi, Dampak Aplikasi Tiktok Dalam Proses Sosial Di Kalangan Remaja Kelurahan Rabadompu Timurkecamatan Raba Kota Bima, Jurnal Pendidikan Sosiologi, Volume 4 Nomor 1 Juni 2021
- Ajeng, Diah. 2020: "Memahami Generasi Z Melalui Etnografi Virtual". Researchgate. 12 Juli 2020
- Bate'e, Maria Magdalena, Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli, Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 2 No 2, Juni 2019
- Bimantara, Yoga Satya, Analisis Isi Pesan Dakwah Melalui Media Tiktok Pada Akun @Sinarkehidupan_16, Skripsi: Universitas Islam Negeri Fatmawatisukarno Bengkulu, 2022
- Christiani, Lintang Citra Dan Prinisia Nurul Ikasari, Generasi Z Dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi Dalam Perspektif Budaya Jawa, Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media, Vol 4, No 2, 2020
- Hastini, Lasti Yossi,Dkk, Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi Dapatmeningkatkan Literasi Manusia Pada Generasi Zdi Indonesia, Jurnal Jamika Manajemen Informatika, Volume 10 Nomor 1 Edisi April, 2020
- Departemen Agama Republik Indonesia
- Nelson, " *Manajemen Dakwah*", Lp2 Stain Curup, 2010
- Nelson Dan Hariya Toni, " *Ilmu Dakwah*",Lp2 Stain Curup, 2013
- Pujiono, Andrias, Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z, Journal Of Christian Education, Vol. 2, No. 1, 2021
- Putra, Robby Aditya, *Dampak Film Para Pencari Tuhan Jilid X Terhadap Religiusitas Remaja*, Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, Vol.3, No 1, 2018

Wibowo, Adi, Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital, *Jurnal Islam Nusantara*, Vol. 03 No. 02, Juli - Desember 2019.